

# **Корпоративная культура: общие положения**

# Что такое корпорация?

- Энциклопедический словарь:  
Корпорация - (от позднелат. corporatio - объединение) 1) объединение, союз, общество...
- 2) В праве - совокупность лиц, объединившихся для достижения какой-либо цели; является юридическим лицом.
- Корпорация - объединенная группа, круг лиц одной профессии, одного сословия

# Типичные стереотипы восприятия корпоративной культуры

- \* Корпоративная культура существует только в тех организациях, в которых приняты некие «позитивные», с точки зрения собственника, процессы: скажем, трудоголизм.
- \* корпоративная культура — свод формализованных правил компании, инструкция

# Основные стереотипы восприятия корпоративной культуры

- \* Корпоративная культура — нечто эфемерное, неосязаемое, неизмеримое и никак не влияющее на успешность деятельности. Придумка бизнес-консультантов, психологов

- Это понятие нередко подменяется его меньшими элементами:
- *организация корпоративных мероприятий,*
- *разработка корпоративной стилистики компании,*
- *или ее приравнивают к понятию мотивации.*

- В реальности корпоративная культура — это не должностная инструкция, дословного знания которой можно добиться с помощью системы аттестаций.
- ***Корпоративный дух организации, как и военный дух армии, нельзя расписать по параграфам. Корпоративная культура - это нечто коллективное, которое стало личностным.***

- «Корпоративная культура – это система формальных и неформальных правил и норм поведения и деятельности,
- обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов,
- особенностей поведения работников данной организационной структуры,
- стиля руководства,

- показателей удовлетворенности работников условиями труда,
- уровня взаимного сотрудничества,
- идентифицирования работников с предприятием и перспективами его развития.

# Версии понимания сущности корпоративной культуры

- И.Н. Кузнецов: первичные и вторичные механизмы формирования и передачи Корпоративной культуры. **Первичные:**
- **выделение объектов внимания, оценки и контроля руководителя;**
- **критерии распределения поощрений и вознаграждений;**
- **намеренное создание образцов для подражания;**
- **стратегии разрешения критических ситуаций и кризисов;**
- **критерии отбора при приеме на работу, повышении в должности и увольнении**

# Версии понимания корпоративной культуры (Кузнецов)

- **вторичные:**
- **композиция и структура компании;**
- **системы и принципы деятельности организации;**
- **дизайн внутренних помещений, фасада и строений в целом;**
- **истории, рассказы, легенды и мифы о наиболее важных событиях и людях компании;**
- **официальные заявления и документы, декларирующие кредо компании, ее философию и идеологию**

# Версии понимания корпоративной культуры (Т. Ю. Базаров)

- «Культура — сложный комплекс положений, бездоказательно принимаемых всеми членами конкретной организации, и задающий общие рамки поведения, принимаемые большей частью организации.
- Проявляется в философии и идеологии управления, ценностных ориентациях, верованиях, ожиданиях, нормах поведения.
- Регламентирует поведение человека и дает возможность прогнозировать его поведение в критических ситуациях».

# Версии понимания корпоративной культуры

- Барри Феган: корпоративная культура — это идеи, интересы и ценности, разделяемые группой. Сюда входят опыт, навыки, традиции, процессы коммуникации и принятия решений, мифы, страхи, надежды, устремления и ожидания, реально испытанные сотрудниками.

# Ф. Харрис и Р. Моран: Универсальные характеристики корпоративной культуры

- 10 содержательных характеристик, свойственных любой корпоративной культуре:
- **1.** Осознание себя и своего места в организации;

# Ф. Харрис и Р. Моран: Универсальные характеристики корпоративной культуры

- **2.** Коммуникационная система и язык общения (*использование устной, письменной, невербальной коммуникации, «телефонного права» и открытости коммуникации; профессиональный жаргон, аббревиатуры, язык жестов*);
- **3.** Внешний вид, одежда и представление себя на работе;

# Ф. Харрис и Р. Моран: Универсальные характеристики корпоративной культуры

- **4.** Привычки и традиции, связанные с приемом и ассортиментом пищи  
*(как организовано питание работников, включая наличие или отсутствие столовых и буфетов;  
совместно или раздельное питание работников с разным организационным статусом);*

- **5.** Отношение ко времени и его использование

(соблюдение или постоянное нарушение временных параметров организационной деятельности);

# Ф. Харрис и Р. Моран: Универсальные характеристики корпоративной культуры

- **6.** Взаимоотношения между людьми: влияние на межличностные отношения таких характеристик, как :
  - *возраст,*
  - *пол,*
  - *национальность,*
  - *статус,*
  - *объем власти,*
  - *образованность, опыт, знания.*
  - *принятые формы разрешения конфликтов;*

# Ф. Харрис и Р. Моран: Универсальные характеристики корпоративной культуры

- **7.** Ценности и нормы как совокупность представлений о том, что хорошо, а что — плохо;
- **8.** Мировоззрение: вера в справедливость, успех, свои силы, руководство; отношение к этичному или недостойному поведению;

# Ф. Харрис и Р. Моран: Универсальные характеристики корпоративной культуры

- **9.** Развитие и самореализация работника:
- (бездумное или осознанное выполнение работы; опора на интеллект или силу; творческая обстановка или жесткая рутина);

# Ф. Харрис и Р. Моран: Универсальные характеристики корпоративной культуры

- **10.** Трудовая этика и мотивация:
- *(отношение к работе как ценности или повинности;*
- *ответственность или безразличие к результатам своего труда;*
- *отношение к своему рабочему месту).*

# *Элементы корпоративной культуры*

*(Спивак В.А., С.В. Иванова)*

- **Артефакты**
- **Убеждения, ценности и отношения**
- **Этические нормы**
- **История**

# Артефакты

- **Артефакты** – наиболее видимая часть корпоративной культуры, ее материальные, физические и поведенческие проявления.
- **все, что можно увидеть, услышать или почувствовать** – интерьер, офисная среда, манера общения (шутки, анекдоты, истории, метафоры и жаргонные термины), а также ритуалы, церемонии и празднования.
- **Герои.**

# Взгляды, убеждения и ценности

- В основе корпоративной культуры лежат идеи, взгляды, убеждения и ценности, которые разделяются членами организации. Это - ядро, наиболее глубокая часть корпоративной культуры.
- Ценности определяют, что для человека наиболее важно и как он представляет себе идеально правильное поведение людей.

# Ценности

- **Ценности** являются отражением отношений человека к таким фундаментальным мировоззренческим понятиям, как:
- *зло-добро,*
- *безобразное - красивое,*
- *ненормальное - нормальное,*
- *парадоксальное - логичное,*
- *иррациональное - рациональное.*

# Этические нормы

- **Этические нормы** - это принципы, которыми сотрудники должны руководствоваться в своем поведении, в принятии решений, в отношении к коллегам и клиентам, и которые основаны на ценностях и убеждениях, принятых в коллективе.
- **Этические нормы** обычно существуют в компаниях неформально, но могут быть и формализованы.

# История

- **История компании** способна оказать большое влияние на ее корпоративную культуру
- **1.** в истории отражается отправная точка компании – ее создание, и та идея, которая вкладывалась ее создателями и при грамотном управлении будет передаваться новым сотрудникам
- **2.** в истории аккумулируется накопленный опыт компании, ее успехи и неудачи, и те выводы, которая она из этого сделала.

- Несмотря на *разнообразие версий о сущности корпоративной культуры*, общей их чертой является то, что корпоративная культура рассматривается как **фактор повышения**
- ***эффективности деятельности организации,***
- ***социальной сплоченности работников,***
- ***повышения их производительности и мотивации труда.***
- В основе корпоративной культуры лежат: потребности личности и потребности организации.

# Может ли быть эффективной корпоративная культура?

- Эффективная корпоративная культура — та, которая помогает компании **воплощать стратегию своего развития и добиваться поставленных целей.**

# универсальные индикаторы хорошо развитой корпоративной культуры.

- — Бренд компании легко узнаваем
- — Репутация компании четко сформирована и направлена на поставщиков, покупателей, персонала, читателей и т.д.

# **универсальные индикаторы хорошо развитой корпоративной культуры.**

- — Любой сотрудник компании знает миссию, стратегию, цели, ценности организации.
- — Руководство компании авторитетно для сотрудников. Сотрудники не только без давления соблюдают субординацию, но и проявляют искреннее уважение к руководителям, стремятся у них учиться, советоваться с ними.

# универсальные индикаторы хорошо развитой корпоративной культуры.

- — **Высокая прозрачность происходящего в компании (информированность сотрудников).**

*(Любой сотрудник готов описать последние события и/или нововведения в компании, а также объяснить их необходимость с точки зрения стратегии и целей компании).*

универсальные индикаторы хорошо развитой корпоративной культуры.

- — **Сотрудники удовлетворены своей работой и гордятся ее результатами**

*(Любой сотрудник готов рассказать, чем он занимается и насколько значима в организации именно его работа).*

# универсальные индикаторы хорошо развитой корпоративной культуры.

- — В компании существует так называемый командный дух.
- Сотрудник любого подразделения готов в свободное от работы время помочь коллегам, которые не справляются;
- в организации минимальное количество неконструктивных конфликтов; а те, что происходят, полезны для развития. Все сотрудники понимают значимость коллег, а не «тянут одеяло на себя».
- Люди охотно и с интересом участвуют в корпоративных мероприятиях.

**универсальные индикаторы хорошо развитой корпоративной культуры.**

- — **Сотрудники преданы компании и готовы соответствовать ее высоким стандартам.**



# **универсальные индикаторы хорошо развитой корпоративной культуры.**

- — **Сотрудники сами стремятся поддерживать высокое качество труда.** То есть допускается минимальное количество дисциплинарных нарушений и рабочих ошибок, сотрудники готовы воспринимать критику по качеству работы и сами дают ее («подтягивают» новичков и относительно слабых сотрудников).

# универсальные индикаторы хорошо развитой корпоративной культуры.

- — **Сотрудники готовы меняться вместе с компанией.**
- *(любому нововведению сопутствуют не сопротивления и страхи, а понимание и поддержка персонала).*

# Значение корпоративной культуры для сотрудников

- **1.** К. культура формирует в сознании сотрудников чувство безопасности от принадлежности к компании или ее системе ценностей;
- **2.** Когда сотрудник разделяет общую культуру компании, ее приоритеты и ценности, у него возрастает личная ответственность за результат.

# Значение корпоративной культуры для сотрудников

- **3.** Новички быстрее вникают в рабочий процесс и адекватнее воспринимают мероприятия, происходящие в коллективе
- **4.** Наличие общих целей и ценностей в команде помогает психологически настроиться на достижение результата
- **5.** Корпоративная культура стимулирует развитие имиджа компании в целом

# Функции корпоративной культуры

- **Познавательная функция.** На стадии знакомства с коллективом, закрепленная система ценностей и целей помогает новым сотрудником быстрее приспособиться.
- Культура в коллективе – это индикатор норм поведения в нем (**регламентирующая функция**);

# Функции корпоративной культуры

- Зачастую корпоративная культура влияет на мировоззрение человека, и она вступает в конфликт с ценностями личными. Но человек может перенимать систему ценностей коллектива для себя лично и своей жизни  
**(смыслообразующая функция)**

# Функции корпоративной культуры

- Коммуникативная функция (за счет **общих элементов** культуры, норм поведения и целей, происходит взаимодействие сотрудников корпорации;
- Принятие культуры может пробудить в сотруднике скрытый потенциал (мотивационная функция)

# Функции корпоративной культуры

- *Культура в коллективе служит своего рода препятствием для нежелательных тенденций (охранная функция);*
- **Формирование имиджа компании** – *клиентам или партнерам извне формируют свое мнение о компании, исходя из ее системы ценностей и ориентиров;*
- **Образовательная функция** – *культура предполагает постоянное самосовершенствование и обучение*

# Кодексы журналиста

- В 1978 г. после консультативных встреч Международные и региональные организации журналистов объединились под эгидой ЮНЕСКО

# «Международные принципы журналистской этики»

- В 1983 году (в Париже и Праге) на очередной консультативной встрече международных и региональных журналистских организаций были приняты так называемые **«Международные принципы журналистской этики»**.
- Прежде всего, они требуют от работников СМИ правдиво и честно распространять новости и обеспечивать право людей на свободное выражение мнений и свободное получение информации.

- Здесь была конкретизирована роль, которую *«информация и коммуникация играют на национальном и международном уровне, учитывая возросшую социальную ответственность средств массовой информации и журналистов»*.

- Журналист работает в современном мире в условиях продвижения к новым международным отношениям в целом и новому информационному порядку, в частности.
- **Долг журналиста —**  
способствовать демократизации международных отношений в области информации,  
защищать и развивать мирные и дружеские отношения между странами и народами.

# Международные принципы профессиональной этики

- **Принцип № 1. *Право граждан на достоверную информацию***
- Общество в целом и отдельные граждане имеют право видеть объективное отражение действительности путем получения достоверной и точной информации, а также выражать свою точку зрения через СМИ как средства связи и культурного обмена.

## Принцип № 2. *Объективное освещение событий — долг журналиста*

- Первоочередная задача журналиста — обеспечить право граждан на достоверную и объективную информацию через правдивое освещение происходящих событий, когда факты освещаются в их собственном контексте, с указанием связей различных явлений и без искажений, будучи творчески обработаны журналистом.

## Принцип № 3. **Социальная ответственность журналиста**

- **Информация в журналистике понимается как социальное благо. Это означает, что журналист несет ответственность за сообщаемую им информацию и ответственен не только перед лицами, контролирующими СМИ, но и перед общественностью в целом.**
- **Социальная ответственность журналиста требует от него действовать в любых обстоятельствах в соответствии с личными представлениями о моральных нормах как ценностных регулятивах.**

## Принцип № 4. **Профессиональная честность журналиста**

- Та социальная роль, которую выполняет журналистика, предъявляет к журналистам высокие стандарты честности, включая его право не выполнять работу вопреки своему убеждению и принципам, право сохранять конфиденциальность источника информации, участвовать в принятии решений, касающихся того СМИ, в котором он работает.
- Профессиональная честность запрещает журналисту принимать вознаграждения в любой форме за представление чье-либо частного интереса в противовес общественному благу.
- Профессиональная этика включает в себя также уважение интеллектуальной собственности, в частности неприемлемость плагиата.

## Принцип № 5. **Общественный доступ к информации и участие в СМИ**

- Природа профессии требует от журналиста обеспечивать доступ общественности к информации и участие граждан в работе СМИ, включая право на опровержение и право на ответ.

## Принцип № 6. **Уважение частной жизни и достоинства**

- Неотъемлемая часть профессиональных корпоративных стандартов журналистики — уважение права граждан на частную жизнь, человеческое достоинство, запрещение клеветы, оскорбления

## Принцип № 7. **Уважение общественных интересов**

- Профессиональные корпоративные стандарты журналистики включают в себя уважение интересов общества, его демократических институтов и общественной морали.

## Принцип № 8. **Уважение всеобщих ценностей и многообразия культур**

- Настоящий журналист отстаивает всеобщие ценности гуманизма, прежде всего мир, демократию, права человека, социальный прогресс, в то же время отдавая должное различиям, ценностям и достижениям каждой культуры в отдельности как праву каждого народа свободно выбирать и развивать свою политическую, социальную, экономическую и культурную систему.

## Принцип № 8. **Уважение всеобщих ценностей и многообразия культур** (продолжение)

- С этой целью журналист активно участвует в социальных преобразованиях, он вносит вклад в формирование климата доверия в международных отношениях, содействуя справедливости, политике разрядки, разоружения, национального развития.
- Этика профессии требует от журналиста знания соответствующих положений, содержащихся в международных конвенциях, декларациях и резолюциях.

## Принцип № 9. Борьба против войн и других бед, грозящих человечеству

- Этические обязательства перед всеобщими ценностями гуманизма призывают журналиста воздерживаться от любых форм оправдания агрессивных войн и гонки вооружений (особенно ядерной) либо призывов к ним,
- а также от оправдания любых форм насилия, вражды или дискриминации, тирании со стороны отдельных режимов, а также таких бед, как нищета, голод и болезни.

# Принцип № 10. Развитие нового мирового информационного и коммуникационного порядка

- Журналист работает в современном мире в условиях продвижения к новым международным отношениям в целом и новому информационному порядку, в частности. Будучи частью Нового Международного Экономического Порядка, он нацелен на деколонизацию и демократизацию в области информации и коммуникации как на национальном, так и на международном уровне. Базой для нового устройства призвано служить мирное сосуществование между народами и полное уважение их культурной самобытности. Долг журналиста — способствовать демократизации международных отношений в области информации, в частности, защищать и развивать мирные и дружеские отношения между странами и народами.

# ДЕКЛАРАЦИЯ ПРИНЦИПОВ ПОВЕДЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ /1986 г.

- *На XVIII Всемирном Конгрессе МФЖ в Хельсинки 2–6 июня 1986 г. были внесены дополнения и уточнения.*
1. Уважение правды и права общества знать правду – первоочередной долг журналиста.
  2. Осуществляя профессиональную деятельность, журналист **обязан отстаивать принцип свободы при честном сборе и публикации информации и права на честный комментарий и критику.**

# ДЕКЛАРАЦИЯ ПРИНЦИПОВ ПОВЕДЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ /1986 г.

- 3. Журналист обязан оперировать только той информацией, источник которой ему известен. Журналист не должен пренебрегать важной информацией или фальсифицировать документы.
- 4. Получая информацию, фотографии и документы, журналист должен использовать только честные методы.

# ДЕКЛАРАЦИЯ ПРИНЦИПОВ ПОВЕДЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ /1986 г.

- 5. Журналист должен сделать все возможное для исправления или опровержения информации, которая может нанести серьезный ущерб.
- 6. Журналист обязан соблюдать профессиональную тайну и не разглашать источник информации.

# ДЕКЛАРАЦИЯ ПРИНЦИПОВ ПОВЕДЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ /1986 г.

- 7. Журналист должен отдавать себе отчет в той опасности, которую таит в себе призыв к дискриминации, распространенный через СМИ, и должен сделать все возможное для того, чтобы избежать даже невольного стимулирования дискриминации на основе *расы, пола, сексуальной ориентации, языка, религии, политических или иных взглядов, национального и социального происхождения.*

# ДЕКЛАРАЦИЯ ПРИНЦИПОВ ПОВЕДЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ /1986 г.

- 8. Журналист должен считать серьезными профессиональными нарушениями:
  - *плагиат;*
  - *умышленное искажение фактов;*
  - *клевету, оскорбление, необоснованное обвинение;*
  - *получение взятки в любой форме за публикацию (не публикацию) того или иного материала.*

# ДЕКЛАРАЦИЯ ПРИНЦИПОВ ПОВЕДЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ /1986 г.

- 9. Журналист, достойный этого высокого звания, считает своим долгом добросовестно выполнять вышеизложенные принципы. Действуя в рамках законодательства своей страны, журналист при решении профессиональных вопросов признает только юрисдикцию коллег, в том числе и в случае вмешательства в такого рода вопросы правительства или других ответственных лиц.

# Кодекс профессиональной этики журналистов России

- Кодекс профессиональной этики был одобрен Конгрессом журналистов России (июнь 1994 года)
- **Основное:**
- *журналист распространяет только достоверную информацию,*
- *не использует профессию в личных целях,*
- *признаёт юрисдикцию только своих коллег,*
- *не может работать в политике и власти,*
- *теряет свой статус, взяв в руки оружие.*